



DISTECH

L'ÉCOLE DE LA DISTRIBUTION DE BOISSONS

DISTECH SUP



CATALOGUE DE FORMATIONS COURTES

Faites progresser vos collaborateurs via des modules spécialisés courts et opérationnels



PRÉAMBULE

Des **modules** de formation simples et opérationnels.

LES OBJECTIFS DES MODULES DE FORMATION

Ces modules courts, répondant à des problématiques spécifiques, permettent aux participants de se perfectionner avec pour objectif de transformer les acquis de la formation en compétences opérationnelles.

LEURS ATOUTS

Des modules de formation assurés par des professionnels de haut niveau maîtrisant parfaitement les problématiques des métiers des boissons en CHD.

CÔTÉ EMPLOI DU TEMPS

En fonction du module sélectionné, la formation s'organise :

- ✓ en distanciel
- ✓ ou en présentiel

La formation peut être dispensée dans l'entreprise ou en région.

FINANCEMENT

Les formations peuvent être prises en charge par votre OPCO.

CERTIFICATION

Organisme de Formation certifié Qualiopi.

Qualiopi
processus certifié

■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre
de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION



Sommaire.

PRÉAMBULE	03
Les objectifs des modules de formation	03
Leurs atouts	03
Côté emploi du temps	03
Financement	03
Certification	03
FORMATIONS À DISTANCE	06
Télévente en CHR - Réussir ses ventes par téléphone	06
Négociation	08
Fondamentaux de la vente	10
Fondamentaux du management	12
Fondamentaux du management - Manager logistique	14
Recrutement	16
Fondamentaux vente mixologie - Tendance I Spiritueux I Cocktails	18
Expert vente mixologie - Tendance I Spiritueux I Cocktails	20
Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts	22
Expert - Mieux vendre et plus les bières crafts	24
FORMATIONS EN PRÉSENTIEL	27
Télévente en CHR - Réussir ses ventes par téléphone	28
Prospecter en CHR	30
Négociation	32
Fondamentaux de la vente	34
Fondamentaux du management	36
Fondamentaux du management 2	38
Fondamentaux vente mixologie - Tendance I Spiritueux I Cocktails	40
Expert vente mixologie - Tendance I Spiritueux I Cocktails	42
Expert vente mixologie 2 - Tendance I Spiritueux I Cocktails	44
Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts	46
Expert - Mieux vendre et plus les bières crafts	48
Mieux vendre le vin en CHR	50
Expert – Agiliser son entrepôt avec le lean Warehousing	52
INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	54
Coût de formation	54
Modalités d'inscription	54
Accessibilité	54

Télévente en CHR - Réussir ses ventes par téléphone.

Objectifs pédagogiques

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE PAR TÉLÉPHONE

- ✓ Savoir communiquer son sourire et être positif
- ✓ Savoir proposer un produit
- ✓ Savoir optimiser sa prise de commande
- ✓ Savoir construire un argument pour vendre au téléphone
- ✓ Savoir parler de toutes les familles de boissons par téléphone
- ✓ Développer sa relation client au téléphone
- ✓ Les mots qui fidélisent
- ✓ Les pièges à éviter
- ✓ Gérer un client mécontent au téléphone
- ✓ Parler des paiements par téléphone
- ✓ Organiser son espace de travail pour plus de performance
- ✓ Collaborer efficacement avec un commercial terrain pour optimiser la gestion des clients

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
8h00 + 1 heure de travail personnel

Public visé
Commerciaux sédentaires et téléventes

Prérequis
Etre en poste avec des responsabilités de vente par téléphone (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	DURÉE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE PAR TÉLÉPHONE Apports théoriques et exercices pratiques favorisés par la formation à distance Simulation d'appel entrant Analyse par le groupe et débriefing animateur
Module 2	2.00	Etape 2	LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE PAR TÉLÉPHONE Apports théoriques et exercices pratiques favorisés par la formation à distance Simulation d'appel sortant Analyse par le groupe et débriefing animateur
Module 3	2.00	Etape 3	APPORT DE MÉTHODE POUR DÉVELOPPER SA RELATION CLIENT AU TÉLÉPHONE Les mots qui fidélisent Les pièges à éviter Gérer un client mécontent au téléphone Parler des paiements par téléphone Entrainement pratique
Module 4	2.00	Etape 4	ORGANISER SON ESPACE DE TRAVAIL POUR PLUS DE PERFORMANCE Collaborer efficacement avec un commercial terrain pour optimiser la gestion des clients Conclusion et évaluation en ligne

Négociation.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE NÉGOCIATION VUE PAR LES DEUX PARTIES

- ✓ Utiliser les fondamentaux de la vente pour réussir ses négociations
- ✓ Connaître les phases majeures d'une négociation et savoir conduire
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Savoir Renforcer sa confiance pour aborder toutes les négociations avec sérénité
- ✓ Savoir se préparer à chaque phase de la négociation et des enjeux inhérents aux marché du CHR
- ✓ Savoir s'adapter selon les clients (prospects ou clients existants) pour ne pas céder et résister aux menaces, pressions temps et conduire chaque phase de négociation avec sérénité

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 5 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée

8h00 + 1 heure de travail personnel

Public visé

Les équipes et managers en charge de négociation

Prérequis

Etre en poste avec des responsabilités de négociation, chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	DURÉE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION			
Module 1	2.00	Etape 1	Appropriation de la méthode T.I.N.A pour s'adapter à tout type de négociation Des enjeux raisonnables jusqu'aux risques conflictuels La méthode T.I.N.A. est une modélisation du processus de conduite d'une négociation en situation conflictuelle, selon un phasage souple, avec des possibilités de va et vient entre chaque phase, selon l'état de tension de son ou ses acteurs
APPRENDRE À S'ADAPTER À SON INTERLOCUTEUR ET SES ATTENTES EN NÉGOCIATIONS			
Module 2	2.00	Etape 2	Apport de fondamentaux sur la morpho gestuelle Les grands styles caractéristiques d'individus. (mieux se connaître pour mieux apprendre à connaître l'autre) Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR
S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS			
Module 3	2.00	Etape 3	✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord S'adapter au nouveau contexte marché, savoir prendre en compte les demandes clients pour en faire des outils de maîtrise de la négociation Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR : De la découverte du client et de ses demandes jusqu'à la signature d'une collaboration rentable et acceptable pour les 2 parties.
S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS			
Module 4	2.00	Etape 4	✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord Acquisition des réflexes dans la conduite des différentes phases de négociations en particuliers sous tensions conflictuelles. Conclusion et évaluation en ligne

Fondamentaux de la vente.

Objectifs pédagogiques

CONNAITRE ET PARTAGER LES ÉTAPES DE VENTE ADAPTÉES AU MÉTIER DU DISTRIBUTEUR CHR

- ✓ Savoir construire une démarche efficace et adaptée aux cibles clients de mon territoire
- ✓ Connaitre, partager et savoir utiliser les techniques de ventes et d'efficacité de visite
- ✓ Savoir présenter le pitch et l'USP distributeur
- ✓ Savoir mener un entretien de vente et le conclure
- ✓ Intégrer le nouvel environnement Post Covid dans la démarche de vente.
- ✓ Connaitre et savoir utiliser les différents médias pour prendre contact avec un prospect et donner confiance pour évaluer le potentiel de développement.

Méthodes pédagogiques

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée aux CHR et de ses enjeux

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 5 modules de formation
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
10h00

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Aucun

MODULE	CONTENU	MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Module 1	Introduction, objectifs et principes de fonctionnement de la formation. Rappel des fondamentaux de la communication Situer les enjeux dans le cadre du développement du métier de distributeur. Les forces des distributeurs sur le marché CHR	Introduction. Visio avec jeu interactif, apport méthode.
Module 2	Les fondamentaux de la vente Les techniques de vente utilisables, évaluation des points forts et freins des participants, adaptations en fonction des cibles	Visio avec jeu interactif Mise en situation individuelle et apport méthode
Module 3	Réaliser et développer l'efficacité de l'entretien de vente du premier contact et d'une visite PDV Les 5 temps : Préparation visite Client Première impression Découverte du client Proposition argumentée Traitement des objections Conclusion	Connaitre et partager les bonnes pratiques, établir un socle de techniques incontournables
Module 4	Savoir vendre Ses différences de distributeurs indépendants, les bénéfices pour le client et le services d'accompagnement Intégrer l'environnement Post Covid, faire sauter les freins	Alternance application concrète et entraînement aux étapes clés du rdv Client CHR
Module 5	Simulation d'une action individuelle de vente Apport méthode complémentaire selon les acquis individuels évalués Conclusion, Evaluation, Engagement individuel et collectif sur les applications et actions post formation	Alternance application concrète et entraînement aux étapes clés. Conclusion Évaluation en ligne,

Fondamentaux du management.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Identifier son style de management
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Coordonner et accompagner l'équipe
- ✓ Assurer le contrôle tout en développant l'autonomie des individus
- ✓ Apprécier et valoriser les performances individuelles et collectives
- ✓ Mener des entretiens individuels
- ✓ Animer des réunions

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 5 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
10h00 + 1 heure de travail personnel

Public visé
Chef des ventes - Manager

Prérequis
Etre en poste avec des responsabilités de management, chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
		Etape 2	Les enjeux du management dans le cadre de la vision d'entreprise ✓ Les styles de management ✓ Le management transversal ou fonctionnel ✓ Les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation (le manager motivant) Préparation temps 2 : les engagements actions des participants
Module 2	2.00	Etape 3	RETOUR SUR LES ACTIONS NOUVELLES MENÉES DANS LES ACTIONS AUPRÈS DE SON ÉQUIPE OU DES COLLABORATEURS
		Etape 4	Apport technique et méthodologique à travers des cas de mise en pratique concrète et jeux de sensibilisation ✓ Les fondamentaux de la communication ✓ Le développement de l'autonomie ✓ L'adéquation style de management / niveau d'autonomie
Module 3	2.00	Etape 5	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPÉS
		Etape 6	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants ✓ Le développement d'un collaborateur ✓ Les différents types d'entretiens individuels ✓ Le management à distance, utilisation de la méthode GROW
Modules 4	2.00	Etape 7	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPÉS
		Etape 8	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants ✓ La prise de décision ✓ Savoir gérer et capter les participants pendant une intervention ✓ Construire et animer une réunion à distance ou en face à face Engagement à l'action intersession par métier avec préparation d'un démarrage de réunion à distance de 10 minutes
Module 5	2.00	Etape 9	Travail de mise en situation, plus débriefing collectif sur la réunion préparée , apports complémentaires sur les attentes des collaborateurs pour nourrir la motivation dans une entreprise
		Etape 10	Evaluation individuelle et conclusion collective pour engager une dynamique de progression

Fondamentaux du management - Manager logistique.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Identifier son style de management
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Coordonner et animer l'équipe logistique autour de la qualité et la sécurité
- ✓ Savoir briefer les équipes logistiques sur les actions prioritaires
- ✓ Savoir cadrer et recadrer un collaborateur logistique (préparation et livraison)
- ✓ Savoir féliciter et encourager pour motiver à progresser et agir dans l'intérêt du métier logistique et de l'entreprise
- ✓ Préparer et Animer des réunions flashes pour informer et impliquer l'équipe logistique dans l'entreprise

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FOAD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 5 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de Visio conférence utilisé. Des outils comme KLAXOON ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
10h00 + 1 heure de travail personne

Public visé
Les Responsables Entrepôt-Logistique

Prérequis
Être en poste chez un distributeur avec des responsabilités de management

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	Introduction, Objectifs et processus formation
		Etape 2	LES ENJEUX DU MANAGEMENT DANS LE CADRE DE LA VISION D'ENTREPRISE ✓ Les styles de management ✓ Le management transversal ou fonctionnel ✓ Les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation (le manager motivant) Préparation temps 2 : les engagements et actions des participants
		Etape 3	Retour sur les actions nouvelles menées dans les actions auprès de son équipe ou des collaborateurs
Module 2	2.00	Etape 4	APPORT TECHNIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE À TRAVERS DES CAS DE MISE EN PRATIQUE CONCRÈTE ET JEUX DE SENSIBILISATION ✓ Les fondamentaux de la communication ✓ Le développement de l'autonomie ✓ L'adéquation style de management / niveau d'autonomie d'un collaborateur logistique
		Etape 5	Retour sur les applications intersessions réalisées et processus développés
Module 3	2.00	Etape 6	APPORT MÉTHODE ET APPLICATION SUR LES ÉLÉMENTS CONCRETS DES PARTICIPANTS ✓ Le développement d'un collaborateur logistique ✓ Les différents types d'entretiens individuels (félicitation, cadrage, recadrage, entretien individuel annuel ✓ Le management collectif : partager un objectif d'entreprise, une décision de la direction
		Etape 7	Retour sur les applications intersessions réalisées et processus développés
Module 4	2.00	Etape 8	APPORT MÉTHODE ET APPLICATION SUR LES ÉLÉMENTS CONCRETS DES PARTICIPANT ✓ La prise de décision ✓ Savoir gérer et capter les participants pendant un briefing collectif « court » ✓ Construire et animer une réunion courte application sur les règles de sécurité Engagement à l'action intersession par métier avec préparation d'un démarrage de réunion logistique de 10 minutes
		Etape 9	Travail de mise en situation, plus débriefing collectif sur le briefing préparé , apports complémentaires sur les attentes des équipes logistiques pour nourrir la motivation dans une entreprise
Module 5	2.00	Etape 10	Evaluation individuelle et conclusion collective pour engager une dynamique de progression

Recrutement.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Observer et décrypter les différentes gestuelles intervenant dans un entretien de recrutement discerner d'après quelles attitudes on peut cerner un profil, avec quelles incidences sur la conduite de l'écoute active.
- ✓ Elaborer un processus de recrutement à appliquer à tous les candidats.

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
8h00 + 1 heure de travail personnel

Public visé
Les équipes et managers en charge de recrutement de collaborateur

Prérequis
Être en poste avec des responsabilités de recrutement chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	L'ANALYSE MORPHOGESTUELLE Un outil sans égal d'audit corporel de personnalité. Le principe de l'observation active et de son lien avec l'écoute active L'observation du candidat concernant ✓ ses gestes oratoires ✓ ses gestes de ressenti
Module 2	2.00	Etape 2	LA PREMIÈRE IMPRESSION Le piège des affects et des stéréotypes Le contact, premier indice à observer ✓ Introverti ou extraverti ? L'importance de la prise en compte de ces deux profils
Module 3	2.00	Etape 3	LA COMMUNICATION Les Etats du Moi du candidat Leur décryptage A quoi s'attendre Le partage des convictions
Module 4	2.00	Etape 4	L'élaboration d'un processus de recrutement à appliquer à tous les candidats avec la constitution d'un questionnaire Les questions à poser pour chaque critère retenu Les réponses et attitudes associées à observer et valider Recommandations Conclusion et évaluation en ligne

Fondamentaux vente mixologie - Tendance / Spiritueux / Cocktails.

Objectifs pédagogiques

SAVOIR DÉVELOPPER SES CONNAISSANCES SUR LES
« CRAFTS ALCOOLS »

- ✓ Connaitre les tendances de développement sur les différentes familles
- ✓ Savoir parler des spécificités des différentes familles (Gins, whiskies, ..)
- ✓ Connaitre les éléments clés pour sélectionner et recommander une carte alcools
- ✓ Savoir réaliser une recette de cocktails

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 + 30 min de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation de début de formation, en mises en situation, et en fin de parcours

Durée
8h00 + 30 mn de travail personnel

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Préparation du matériel :

- ✓ Bandeau dégustation
- ✓ 2 alcools en petite dégustation
- ✓ 2 verres neutres fiches de dégustation

MODULE	DURÉE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BLANCS ✓ Gin ✓ Vodka ✓ Tequila ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation Savoir en parler – savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente Dégustations guidées à distance Foire aux questions
Module 2	2.00	Etape 2	CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BRUNS ✓ Whisky ✓ Rhum ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation) Savoir en parler – savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente Dégustations guidées à distance Foire aux questions
Module 3	2.00	Etape 3	CONNAÎTRE LES AUTRES TENDANCES, TYPES LIQUEURS ✓ Vermouth ✓ Amer ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation Savoir en parler – savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente Dégustations guidées à distance Foire aux questions
Module 4	2.00	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Résumé Semaine Création d'une recette cocktail réalisée par les participants Conclusion et évaluation en ligne

Expert vente mixologie - Tendance / Spiritueux / Cocktails.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître les incontournables pour un point de vente pour être reconnu comme un spécialiste « crafts alcools »

gammes / cartes / arrière bar/ matériels

composition produit alcools
- ✓ Savoir quels sont les moyens pour « revendre » les gammes spécialisées en alcools
- ✓ Connaître et savoir proposer les animations de la gamme avec les cocktails
- ✓ Savoir vendre une gamme d'alcools artisanaux et en incluant les gammes internationales
- ✓ Connaître les fondamentaux du développement du pairing

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 + 30 min de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation de début de formation, en mises en situation, et en fin de parcours.

Durée
8h00 + 30 mn de travail personnel

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Préparation du matériel :
• Bandeau dégustation
• 2 alcools en petite dégustation
• 2 verres neutres fiches de dégustation

Avoir suivi la formation : les fondamentaux
ou avoir un expérience de plus d'un an dans la mixologie en bar ou vente

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES ATTENTES EN FONCTION DES TYPOLOGIES POINTS DE VENTES Les outils d'un « crafts alcools » ✓ gammes / cartes / arrière bar ✓ composition produit alcools ✓ matériels
Module 2	2.00	Etape 2	APPORTER DE NOUVELLES CONNAISSANCES PRATIQUES SUR LES INCONTOURNABLES D'UN BAR ✓ Matériel ✓ Carte ... de la gamme à présenter Observation virtuelle d'un bar et appropriation des données théoriques
Module 3	2.00	Etape 3	TRAVAIL DE SÉLECTION DE GAMME A partir des alcools du distributeur: exercice pratique Le travail sur l'établissement d'une carte : exercice pratique Le travail sur pairing et les cocktails : exercice pratique Foire aux questions
Module 4	2.00	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Résumé Semaine Échanges sur les dernières créations et tendances Conclusion et évaluation en ligne

Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les grandes tendances du marché
- ✓ Connaître la fabrication de la bière pour comprendre les grandes familles de bières
- ✓ Distinguer les principales caractéristiques des bières : au-delà des couleurs, les pays, les grandes familles de bières
- ✓ Utiliser les bons mots pour conseiller, vendre

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours.

Durée
8h00

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Préparation du matériel :

- ✓ Bières
- ✓ Verres
- ✓ Fiches de dégustation

ACCESIBILITÉ
Ce module est disponible en version vidéo à destination des personnes sourdes et malentendantes

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - LES FONDAMENTAUX DES CRAFTS BEERS ✓ Fabrication ✓ Styles ✓ Langage fondamental Alternance d'apport théorique et pratique à distance
Module 2	2.00	Etape 2	COMPRENDRE LES DIFFÉRENTES FAMILLES BIÈRES ET SAVOIR EN PARLER Nouvelles connaissances pratiques sur les incontournables sur les crafts beers : ✓ Verreries ✓ Plateau dégustation ✓ Affichage arrière bar ✓ Carte ... et de la gamme à présenter: La roue des saveurs bières
Module 3	2.00	Etape 3	DISTINGUER LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES BIÈRES Au-delà des : ✓ Couleurs ✓ Pays ✓ Grandes familles de bières Travail sur les gammes vendues par les participants : Acquérir des fondamentaux de vente des crafts beer Foire aux questions
Module 4	2.00	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES BIÈRES Savoir Utiliser les bons mots pour conseiller, vendre : exercice pratique devant les participants (jeu concours) Conclusion et évaluation en ligne
Module 4	2.00	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Résumé Semaine Création d'une recette cocktail réalisée par les participants Conclusion et évaluation en ligne

Expert - Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre l'évolution du marché : familles de brasseries et de clientèles
- ✓ Approfondir les caractéristiques des styles de bières pour se positionner en spécialiste
- ✓ Acquérir des repères clés pour déguster, conseiller et marier les bières
- ✓ Adapter son argumentation en fonction des styles de bières

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 + 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation de début de formation, en mises en situation, et en fin de parcours.

Durée
8h00 + 1 heure de travail personnel

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Préparation du matériel :

- ✓ Bières
- ✓ Verres
- ✓ Fiches de dégustation

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES ATTENTES EN FONCTION DES TYPOLOGIES POINTS DE VENTES Les outils d'un bar spécialistes des « crafts beers » ✓ Gammes ✓ Cartes ✓ Matériels Les styles de bières tendances
Module 2	2.00	Etape 2	APPORTER DE NOUVELLES CONNAISSANCES PRATIQUES SUR LES INCONTOURNABLES D'UN CARFT BAR ✓ Matériel ✓ Carte ✓ Gamme à présenter Les tendances en termes de styles de bières et de brassins et appropriation des données théoriques
Module 3	2.00	Etape 3	LE TRAVAIL DE SÉLECTION DE GAMME A faire à partir des gammes crafts bières des distributeurs) : exercice pratique Le travail sur l'établissement d'une carte et d'un tableau « spécialiste » UBA... : exercice pratique Le travail sur Les bières et mets : exercices pratiques
Module 4	2.00	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS ✓ Cocktails bières ✓ Développement de l'Apéritifs ✓ Résumé Semaine Savoir prendre une longueur d'avance Échanges sur les dernières créations brassicoles : tour d'horizon international Conclusion et évaluation en ligne



Les programmes de formation en présentiel.

LES MODULES DISPONIBLES

- ✓ La télévente en CHR
- ✓ Prospector en CHR
- ✓ La négociation
- ✓ Les fondamentaux de la vente
- ✓ Fondamentaux du management
 - 1 module fondamental
 - 1 module expert
- ✓ Fondamentaux du management : manager logistique
- ✓ Vente Mixologie
 - 1 module fondamental
 - 1 module expert
 - 1 module expert 2
- ✓ Vente Bière
 - 1 module fondamental
 - 1 module expert
- ✓ Mieux vendre le vin
- ✓ Agiliser son entrepôt avec le lean warehousing
 - 1 module Expert

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES NOUVELLES

- ✓ Des formations ludiques organisées en Plusieurs « épisodes »
 - 4 à 5 Selon le thème de formation
- ✓ Opérationnelles avec un suivi individuel et application sur le terrain pendant la formation
- ✓ Économique :
 - Plus de logistique
 - Pas d'absence longue du terrain
- ✓ Adaptées à votre métier

Télévente en CHR - Réussir ses ventes par téléphone.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître les fondamentaux de la communication pour échanger par téléphone
- ✓ Savoir utiliser des mots simples pour créer un climat de confiance par téléphone
- ✓ Savoir utiliser des techniques de préparation d'appel pour faire de la vente additionnelle
- ✓ Savoir structurer ses arguments pour convaincre et vendre par téléphone
- ✓ Savoir gérer les situations les plus courantes de mécontentement client

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Les équipes commerciales sédentaires

Prérequis
Etre en poste de commercial sédentaire depuis 3 mois minimum chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION ET PRÉSENTATION DU PROGRAMME Des fondamentaux de la communication Aux méthodes de gestion des appels entrant et sortant Alternance d'apport méthode et d'atelier mini entraînement : appel de présentation et réception d'appel MÉTHODE Découverte à l'aveugle Apport Rappel et mise à niveau par des apports et mini exercices pratiques
Module 2	Etape 2	DE LA PRÉPARATION À LA DÉCOUVERTE Jeu des mots pour appel aux 5 sens +1 La phase de Découvertes Mini jeu « Deviner mon secret » MÉTHODE Ateliers et jeux de communications pour créer la confiance
Module 3	Etape 3	ATELIERS PRATIQUES Ateliers pratiques La phase argumentation (cab) Caractéristique avantage bénéfice Utilisation de la fiche argument Préparer de la vente additionnelle à chaque appel MÉTHODE Support animation Fiche argument Exemple nouveau produit
Module 4	Etape 4	OBJECTIFS DU MODULE Simulation d'appel sortant vente additionnelle Utilisation des fiches de débriefing /Appel en groupe Débriefing et remise des schémas d'appel Les situations de mécontentement courantes et leur gestion MÉTHODE Fiche de débriefing Fiche pratique sur la gestion
Conclusion	-	VALIDATION ENGAGEMENTS À L'ACTION DES PARTICIPANTS SUR LES FUTURES VENTE Conclusion et évaluation

Prospecter en CHR.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître et savoir respecter les 4 phases d'une prospection
- Réussir le premier contact
- Donner envie de se connaître réciproquement, du pitch à la découverte d'un prospect
- Donner envie de travailler ensemble
- Transformer les intentions en action
- ✓ Apprendre à lire la communication non verbale et décoder les comportements pour s'adapter aux interlocuteurs
- ✓ Savoir préparer ses prospections avec les réseaux d'influence et « potentiels » relais ,
- ✓ Savoir prendre rdv et donner envie d'en savoir plus (face à face, à distance)

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Les équipes commerciales

Prérequis
Etre en poste de commercial ou développeur et avoir suivi la formation les fondamentaux de la vente , chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION - LES ENJEUX DE LA PROSPECTION EN CHR, LES TECHNIQUES INDISPENSABLES validation des acquis de vente au travers d'exercices ludiques via KLAXOON Le Pitch du distributeur Les fondamentaux de fonctionnement d'un point de vente, diagnostic de la performance d'un PDV. Les attentes d'un client prospecté.
Module 2	Etape 2	L'IMPORTANCE DU PREMIER CONTACT (2 VENTES À RÉUSSIR, SOI ET L'ENTREPRISE) Les premiers contacts : les 3 contacts (Visuel, postural et verbal) Décoder les types de comportements pendant une prospection et savoir s'adapter Training collectif : simulation des prospections avec analyse coachée et mise en pratique des recommandations Mise en situation de découverte sur mise en situation en binôme. Utilisation d'une grille d'observation
Module 3	Etape 3	LA PROSPECTION PRATIQUE SOUS FORME DE SKETCHING Entrainement sur les 3 phases clés - entrainement en sous groupe
Module 4	Etape 4	VALIDATION ENGAGEMENTS À L'ACTION DES PARTICIPANTS SUR LES FUTURES PROSPECTIONS Conclusion et évaluation

Négociation.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les enjeux d'une négociation vue par les 2 parties
- ✓ Utiliser les fondamentaux de la vente pour réussir ses négociations
- ✓ Connaître les phases majeures d'une négociation et savoir conclure
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Savoir renforcer sa confiance pour aborder toutes les négociations avec sérénité
- ✓ Savoir se préparer à chaque phase de la négociation et des enjeux inhérents au marché du CHR
- ✓ Savoir s'adapter selon les clients (prospects ou clients existants) pour ne pas céder et résister aux menaces, pressions temps et conduire chaque phase de négociation avec sérénité

Méthodes pédagogiques

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation en binôme ou en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptées à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle
- ✓ 4 temps de formation de 2H00
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour impliquer et faire monter en compétence pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Les équipes et managers en charge de négociation

Prérequis
Etre en poste avec des responsabilités de négociation, chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

MODULE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION Appropriation de la méthode T.I.N.A pour s'adapter à tout type de négociation Des enjeux raisonnables jusqu'aux risques conflictuels La méthode T.I.N.A. est une modélisation du processus de conduite d'une négociation en situation conflictuelle, selon un phasage souple, avec des possibilités de va et vient entre chaque phase, selon l'état de tension de son ou ses acteurs
		APPRENDRE À S'ADAPTER À SON INTERLOCUTEUR ET SES ATTENTES EN NÉGOCIATIONS Apport de fondamentaux sur la morpho gestuelle Les grands styles caractéristiques d'individus. (mieux se connaître pour mieux apprendre à connaître l'autre) Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR
Module 3	Etape 3	S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS ✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord S'adapter au nouveau contexte marché, savoir prendre en compte les demandes clients pour en faire des outils de maîtrise de la négociation Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR : De la découverte du client et de ses demandes jusqu'à la signature d'une collaboration rentable et acceptable pour les 2 parties.
		S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS ✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord Acquisition des réflexes dans la conduite des différentes phases de négociations en particuliers sous tensions conflictuelles. Conclusion et évaluation en ligne
Module 2	Etape 2	
Module 4	Etape 4	

Fondamentaux de la vente.

Objectifs pédagogiques

CONNAITRE ET PARTAGER LES ÉTAPES DE VENTE ADAPTÉES AU MÉTIER DU DISTRIBUTEUR CHR

- ✓ Savoir construire une démarche efficace et adaptée aux cibles clients de mon territoire
- ✓ Connaître, partager et savoir utiliser les techniques de ventes et d'efficacité de visite
- ✓ Savoir présenter le pitch et l'USP distributeur
- ✓ Savoir mener un entretien de vente et le conclure
- ✓ Intégrer le nouvel environnement Post Covid dans la démarche de vente.
- ✓ Connaître et savoir utiliser les différents médias pour prendre contact avec un prospect et donner confiance pour évaluer le potentiel de développement.

Méthodes pédagogiques

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée aux CHR et de ses enjeux

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 5 modules de formation de 2H00
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Aucun

MODULE	CONTENU	MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Module 1	Introduction, objectifs et principes de fonctionnement de la formation. Rappel des fondamentaux de la communication Situer les enjeux dans le cadre du développement du métier de distributeur. Les forces des distributeurs sur le marché CHR	Introduction. Visio avec jeu interactif, apport méthode.
Module 2	Les fondamentaux de la vente Les techniques de vente utilisables, évaluation des points forts et freins des participants, adaptations en fonction des cibles	Visio avec jeu interactif Mise en situation individuelle et apport méthode
Module 3	Réaliser et développer l'efficacité de l'entretien de vente du premier contact et d'une visite PDV Les 5 temps : Préparation visite Client Première impression Découverte du client Proposition argumentée Traitement des objections Conclusion	Connaître et partager les bonnes pratiques, établir un socle de techniques incontournables
Module 4	Savoir vendre Ses différences de distributeurs indépendants, les bénéfices pour le client et le services d'accompagnement Intégrer l'environnement Post Covid, faire sauter les freins	Alternance application concrète et entraînement aux étapes clés du rdv Client CHR
Module 5	Simulation d'une action individuelle de vente Apport méthode complémentaire selon les acquis individuels évalués Conclusion, Evaluation, Engagement individuel et collectif sur les applications et actions post formation	Alternance application concrète et entraînement aux étapes clés. Conclusion Évaluation en ligne,

Fondamentaux du management.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Comprendre les enjeux de son rôle de manager
- ✓ Identifier son style de management
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Coordonner et accompagner l'équipe
- ✓ Assurer le contrôle tout en développant l'autonomie des individus
- ✓ Apprécier et valoriser les performances individuelles et collectives
- ✓ Mener des entretiens individuels
- ✓ Animer des réunions

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 6 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée aux métiers logistique ou commerce
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée

2 jours non consécutifs - 14h00

Public visé

Les chefs des ventes / Managers

Prérequis

Etre en poste avec des responsabilités de management, chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

JOUR	MODULE	ÉTAPE	CONTENU
Jour 1	Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
		Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
		Etape 2	Les enjeux du management dans le cadre de la vision d'entreprise ✓ Les styles de management ✓ Le management transversal ou fonctionnel ✓ Les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation (le manager motivant) Préparation temps 2 : les engagements actions des participants
	Module 1	Etape 3	RETOUR SUR LES ACTIONS NOUVELLES MENÉES DANS LES ACTIONS AUPRÈS DE SON ÉQUIPE OU DES COLLABORATEURS
		Etape 4	Apport technique et méthodologique à travers des cas de mise en pratique concrète et jeux de sensibilisation ✓ Les fondamentaux de la communication ✓ Le développement de l'autonomie ✓ L'adéquation style de management / niveau d'autonomie Ciblage accompagné par le formateur d'actions concrètes de mise en place sur son équipe ou son service en appliquant les principes fondamentaux vus sur la journée
			Préparation d'une intervention collective pour donner du sens à une action d'entreprise
Jour 2	Module 2	Etape 5	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPÉS
		Etape 6	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants ✓ Le développement d'un collaborateur ✓ Les différents types d'entretiens individuels ✓ Le management à distance, utilisation de la méthode GROW
		Etape 7	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPÉS
	Modules 4	Etape 8	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants ✓ La prise de décision ✓ Savoir gérer et capter les participants pendant une intervention ✓ Construire et animer une réunion à distance ou en face à face Engagement à l'action intersession par métier avec préparation d'un démarrage de réunion à distance de 10 minutes
		Etape 9	Travail de mise en situation, plus débriefing collectif sur la réunion préparée , apports complémentaires sur les attentes des collaborateurs pour nourrir la motivation dans une entreprise
		Etape 10	Evaluation individuelle et conclusion collective pour engager une dynamique de progression

Fondamentaux du management 2.

Objectifs pédagogiques

Être capable de :

- ✓ Savoir instaurer un dialogue constructif et assertif avec ses équipes.
- ✓ Impliquer et stimuler ses collaborateurs pour une meilleure réussite collective.
- ✓ Se réapproprier la culture d'entreprise à travers 2 ateliers collaboratifs et participatifs :
- ✓ Réaliser son tableau de vision n+1
- ✓ Réidentifier et porter les valeurs de l'entreprise

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture.
- ✓ Activités pédagogiques de sensibilisation en ligne.
- ✓ Évaluation par des mises en situation, du travail intersession et en fin de parcours.

Durée
2 jours - 14h00

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	7.00	Etape 1	OBJECTIFS Rappel des principes de base du management et les fondamentaux de la communication Les styles de management, le management transversal ou fonctionnel, la prise de décision, les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation, le développement de l'autonomie. Adapter les signes de reconnaissance en fonction de chaque type de personnalité. Savoir favoriser la juste expression de son équipe. Savoir valoriser ses collaborateurs de manière individuelle par la motivation, le questionnement et l'écoute. Savoir donner des signes de reconnaissance. Identifier et exploiter les forces individuelles et collectives, grâce à la méthode du SWOT.
		Etape 2	MÉTHODES Alternance d'apports théoriques et d'ateliers de mise en situation sur le questionnement et l'écoute. Atelier pour savoir valoriser ou critiquer de manière positive sur la tâche et jamais sur la personne. Mise en situation pour savoir émettre une critique positive ou faire un recadrage factuel avec la méthode « DESC : message Je ». Ateliers pour réaliser 2 SWOT : individuel et de l'équipe rêvée. chaque participant réalise son SWOT et le présente. Chaque participant réalise un plan personnalisé à mettre en place au sein de son équipe.
		Etape 3	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION LA PROSPECTION PRATIQUE SOUS FORME DE SKETCHING
Module 2	7.00	Etape 4	ATELIER 1 - « RÉALISER SON TABLEAU DE VISION 2025 » Donner du sens, une feuille de route à son équipe pour partager un but commun : la croissance et la pérennité de l'entreprise. Sur base d'ateliers collaboratifs : analyse de situations, intégration du contexte nouveau et travail en binôme pour identifier, structurer et restituer la feuille de route à partager. ATELIER 2 - « RÉIDENTIFIER ET PORTER LES VALEURS PHARES DE L'ENTREPRISE» » pour les porter, les partager et recréer un sentiment d'appartenance et un réengagement des équipes sur fond de valeurs communes. Après un rappel des principes fondamentaux des valeurs et de leur utilité dans le management d'équipe et individuel, travailler sur un blason pour chaque manager, qui définira le cadre de valeurs clés du service et de l'équipe.

Fondamentaux vente mixologie - Tendance / Spiritueux / Cocktails.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Savoir développer ses connaissances sur les « crafts alcools »
- ✓ Connaître les tendances de développement sur les différentes familles
- ✓ Savoir parler des spécificités des différentes familles (Gins, whiskies, ..)
- ✓ Connaître les éléments clés pour sélectionner et recommander une carte alcools
- ✓ Savoir réaliser une recette de cocktails

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 6 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée aux métiers logistique ou commerce
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Les commerciaux distributeurs

Prérequis
Préparation du matériel
Bandeau dégustation
2 alcools en petite dégustation
2 verres neutres
Fiches de dégustation

MODULE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAITRE LES SPIRITUEUX BLANCS ✓ Gin ✓ Vodka ✓ Tequila ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation Savoir en parler – savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente Dégustations guidées pour faire appel aux 5 sens Foire aux questions
Module 2	Etape 2	CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BRUNS ✓ Whisky ✓ Rhum ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation Savoir en parler – savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente Dégustations guidées Foire aux questions
Module 3	Etape 3	CONNAÎTRE LES AUTRES TENDANCES, TYPES ✓ Liqueurs ✓ Vermouth ✓ Amer ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation Savoir en parler – savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente Dégustations guidées Foire aux questions
Module 4	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Synthèse Création d'une recette cocktail réalisée par les participants Conclusion et évaluation

Expert vente mixologie - Tendance / Spiritueux / Cocktails.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître les incontournables pour un point de vente pour être reconnu comme un spécialiste « crafts alcools » gammes / cartes / arrière bar/ matériels composition produit alcools
- ✓ Savoir quels sont les moyens pour « revendre » les gammes spécialisées en alcools
- ✓ Connaître et savoir proposer les animations de la gamme avec les cocktails
- ✓ Savoir vendre une gamme d'alcools artisanaux et en incluant les gammes internationales
- ✓ Connaître les fondamentaux du développement du pairing ...

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée

2 jours - 14h00

Public visé

Les commerciaux distributeurs

Prérequis

Préparation du matériel

Bandeau dégustation

2 alcools en petite dégustation

2 verres neutres

Fiches de dégustation

Avoir suivi la formation : les fondamentaux ou avoir un expérience de plus d'un an dans la mixologie en bar ou vente

MODULE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION : CONNAÎTRE LES ATTENTES EN FONCTION DES TYPOLOGIES POINTS DE VENTES Les outils d'un « crafts alcools » ✓ Gammes / cartes / arrière bar ✓ Composition produit alcools ✓ Matériels
Module 2	Etape 2	APPORTER DE NOUVELLES CONNAISSANCES PRATIQUES SUR LES INCONTOURNABLES D'UN BAR : ✓ Matériel ✓ Carte de la gamme à présenter Observation virtuelle d'un bar et appropriation des données théoriques
Module 3	Etape 3	LE TRAVAIL DE SÉLECTION DE GAMME sera à faire à partir des alcools du distributeur - exercice pratique Le travail sur l'établissement d'une carte : exercice pratique le travail sur pairing et les cocktails - exercice pratique Foire aux questions
Module 4	Etape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Synthèse Échanges sur les dernières créations et tendances Conclusion et évaluation

Expert 2 vente mixologie - Tendance / Spiritueux / Cocktails.

Objectifs pédagogiques

PROFESSIONNALISER
Partir de l'existant, apporter des nouvelles approches et techniques pour l'accompagnement des équipes commerciales, le développement de business.

ENGAGER
Accompagner la transformation et créer un saut de performance pour engager sur le long terme l'intégralité des équipes.

DÉVELOPPER
Donner de l'agilité et de l'initiative au local pour mettre en place une stratégie de croissance avec des résultats visibles.

RENFORCER
Renforcer les collaborateurs déjà formés, sur de nouvelles compétences à acquérir pour gagner en autonomie et aller plus loin dans leur métier.

Méthodes pédagogiques

TRAVAIL DE PRÉPARATION
Conception et rédaction d'une formation, de supports d'animation, de books participants et des mises en situation sur mesure pour un apport de connaissances en adéquation avec vos besoins réels terrain.

FORMATION THÉORIQUE
Axe de formation n°1 « Théorie » apport de contenus théoriques, adaptés à votre métier, votre secteur d'activité.

FORMATION PRATIQUE
Axe de formation n°2 « Cas Pratiques » mises en pratique avec exercices réels coachés en collectif, pour ancrage des connaissances et reflexes.

Durée
7 heures

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Spiritueux et mixers (à définir en amont de la journée)
Matériel mixologie (shaker, doseur, etc.) apportés par la formatrice
Verrerie à définir sur place (prévoir PLV partenaire)
Panier ingrédients pour la journée (agrumes, épices, botaniques) apportés par la formatrice

MODULE	DURÉE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Matinée	-	Théorique	Tendance cocktails et consommation en station de ski et vallée, en fonction de la clientèle saisonnière et du type d'établissement Organiser son portefeuille produits en ciblant une tendance de consommation et être vecteur des tendances de consommation Création d'une carte cocktails « Entreprise X » pour la saison, pour se positionner avec une valeur ajoutée par rapport à la concurrence et être référent pour le client Développer l'argumentaire de vente de la carte X
Après-midi	-	Pratique	Speed Challenge « De l'entrepôt au bar ». Réalisation de la carte cocktails et Long Drinks, en atelier Mixologie Sketch de vente, mise en situation Dégustation de la carte cocktails

Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les grandes tendances du marché
- ✓ Connaître la fabrication de la bière pour comprendre les grandes familles de bières
- ✓ Distinguer les principales caractéristiques des bières : au-delà des couleurs, les pays, les grandes familles de bières
- ✓ Utiliser les bons mots pour conseiller, vendre

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Préparation du matériel (bières, verres, fiches de dégustation)

MODULE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants Préparer les bières
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
	Etape 2	LES ENJEUX DE LA CONNAISSANCE DES BIÈRES CRAFTS ✓ Les grandes évolutions du marché : tendances clés ✓ Panorama des acteurs de la filière bière en France et à l'international
Module 2	Etape 3	LES INGRÉDIENTS DES BIÈRE
	Etape 4	APPORT PRATIQUE DE LA FABRICATION À PARTIR D'UNE RECETTE DE BIÈRE ✓ Les fondamentaux de la fabrication des bières ✓ Les étapes de la fabrication ✓ L'importances des mots liés à la fabrication : fermentations, IBU, EBC, ...
Module 3	Etape 5	RETOUR SUR LES FABRICATIONS
	Etape 6	Partir des bières choisies par les participants : ✓ Les pays des bières ✓ Les différentes caractéristiques : au-delà des couleurs ✓ Les grandes familles des bières
Module 4	Etape 7	RETOUR SUR LES GRANDES FAMILLES DES BIÈRES
	Etape 8	✓ Les bons mots pour conseiller et vendre ✓ Evaluation d'une présentation d'une bière ✓ Conclusion collective pour engager une dynamique de progression

Expert - Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre l'évolution du marché : familles de brasseries et de clientèles
- ✓ Approfondir les caractéristiques des styles de bières pour se positionner en spécialiste
- ✓ Acquérir des repères clés pour déguster, conseiller et marier les bières
- ✓ Adapter son argumentation en fonction des styles de bières

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée

2 jours - 14h00

Public visé

Les équipes commerciales sédentaires

Prérequis

Préparation du matériel
Bières
Verres
Fiches de dégustation

MODULE	ETAPE	CONTENU
Avant la formation	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants Préparer les bières
Module 1	Etape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
	Etape 2	LES ENJEUX DU MARCHÉ ✓ Les caractéristiques des acteurs de la filière bière ✓ Les offres des brasseries ✓ Les évolutions des points de vente et des clients
Module 2	Etape 3	RETOUR SUR LES GRANDES ÉVOLUTIONS DU PAYSAGE ACTUEL
	Etape 4	DES GRANDES FAMILLES DE BIÈRES AUX PRINCIPAUX STYLES ✓ L'arbre des styles ✓ Le développement des nouveaux styles ✓ Caractéristiques des principaux styles
Module 3	Etape 5	RETOUR SUR LES PRINCIPAUX STYLES
	Etape 6	PARTIR DES BIÈRES CHOISIES PAR LES PARTICIPANTS ✓ La dégustation des bières ✓ Les critères à connaître et à utiliser ✓ La fiche d'identité d'un style et d'une bière ✓ Travail intersession : présenter un style, une bière du catalogue à un CHR
Module 4	Etape 7	RETOUR SUR LES STYLES DE BIÈRES
	Etape 8	✓ Les principes d'accords des styles de bières ✓ La roue des accords bières et mets, bières et fromages ✓ Menus clients : comment associer les bières ✓ Evaluation d'une argumentation d'un style de bières ✓ Conclusion de la formation

Mieux vendre le vin en CHR.

JOUR 1 - LES ESSENTIELS DU VIN

Objectifs pédagogiques

- ✓ Développer les compétences « Vin ».
- ✓ Faciliter l'approche commerciale du produit
- ✓ Connaître les éléments nécessaires pour en parler

Acquérir et développer les connaissances

Les fondamentaux du vin : quizz

- ✓ La culture du raisin et de la vigne
- ✓ Le vin BIO. (ce qu'il faut savoir)
- ✓ La classification des vins
- ✓ Le vignoble français. Quizz
- ✓ Part de marché des vins par région.
- ✓ Les vignobles français et leurs vins.
- ✓ Les étapes de la dégustation.
- ✓ L'évolution du marché du vin en France

La législation française

- ✓ Ce que dit la loi sur la législation des cartes des vins
- ✓ Les obligations, les interdits
- ✓ Affichage des prix
- ✓ Conformités des produits
- ✓ Points de vigilances
- ✓ Risques encourus

JOUR 2 - CONSEILLER ET VENDRE LE VIN AUX CHR

Objectifs pédagogiques

- ✓ Etre capable de se positionner en véritable spécialiste face à son client
- ✓ Etre capable de mener la bonne approche commerciale pour vendre du vin
- ✓ S'entraîner face à différentes situations de clientèle

Programme

Vaincre les obstacles

- ✓ Freins
- ✓ Objections
- ✓ Craintes
- ✓ Difficultés
- ✓ Image
- ✓ Légitimité

Comment conseiller le vins aux chr ?

- ✓ Rappel des éléments clés du marché français du vin en CHR Quizz
- ✓ Rappel des techniques de vente adaptées à la vente du vin
- ✓ Les PVC : le bon prix «restaurateur» Quizz

Méthodologie

- ✓ Cours + Etude de cas selon 3 typologies de points de vente. (Jeux de rôle, vendeur, client) - 3 profils, 3 plans d'actions ciblés
- ✓ Méthode pédagogique : Apports théorique, exercices et jeux de rôle
- ✓ Modalité de validation des acquis : Questionnaire de fin de stage
- ✓ Remise d'un livret à chaque participant : Focus des 2 journées

Durée
2 jours - 14h00

Public visé
Chef de secteur-chef de ventes

Expert – Agiliser son entrepôt avec le lean warehousing.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Identifier les marges de progression en vue d'une meilleure performance dans la gestion de son entrepôt
- ✓ Approfondir les connaissances en logistique afin de mieux comprendre les sources d'amélioration et les démarches d'amélioration à mettre en œuvre
- ✓ Connaître de nouveaux outils à mettre facilement en œuvre

Méthodes pédagogiques

- ✓ Apport d'outils, méthodes et clefs de lecture
- ✓ Mise en application des situations concrètes des entrepôts des participants

Méthodologie

- ✓ Formation théorique
- ✓ Des outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par des mises en situation, du travail intercession et en fin de parcours

Durée

1 jour et demi - 9h00

Public visé

Responsable logistique
Adjoint logistique

Prérequis

Aucun

Modalités d'inscription

Minimum 6 participants

Coût formation intra entreprise :
1980 € ht (+ frais de déplacements)

Coût formation inter entreprise : 350 €
ht/personne (+ frais de déplacements)

MODULE	CONTENU
ÉTABLIR LA CIRCULATION DE VALEUR DANS SON ENTREPÔT GRÂCE À LA VALUE MAP	
Module 1	✓ Présentation de la value map ✓ Représentation des flux et des stocks de son entrepôt à travers la value map ✓ Identification des points de difficultés
DE L'ENTREPOSAGE CLASSIQUE AU LEAN WAREHOUSING	
Module 2	✓ L'entrepôt et ses enjeux classiques ✓ La philosophie lean ✓ Le lean warehousing
LES OUTILS DU LEAN WAREHOUSING	
Module 3	✓ Kaizen ✓ GEMBA walkPareto ✓ PDCA ✓ Goulets d'étranglement ✓ Causes profondes ✓ 5S ✓ Management visuel ✓ Poka Yoke ✓ Graphes spaghetti
PENSER LE CHANGEMENT DANS SON ENTREPÔT	
Module 4	✓ Reprise des points de difficultés et réflexion sur les solutions à mettre en œuvre
METTRE EN PLACE LE CHANGEMENT	
Module 5	✓ Choisir des indicateurs ✓ Que faire des indicateurs ? ✓ Manager le changement



INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Coût de la formation

- ✓ Présentiel : Tarif personnalisé : inter ou intra-entreprise.

Modalités d'inscription

- ✓ Minimum 6 participants
- ✓ Bulletin d'inscription à compléter
- ✓ Formation inter-entreprise : Inscriptions possibles 8 jours avant la date de début de formation
- ✓ Formation intra-entreprise : Le calendrier est à définir avec l'entreprise

Accessibilité

En tant qu'organisme de formation nous prenons la responsabilité d'adopter des pratiques non-discriminantes pour favoriser un égal accès aux savoirs pour tous. Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.



CONTACT :

Isabelle kohr

06.74.96.01.78

Isabelle.kohr@distech.fr

ORGANISME DE FORMATION :

ASSOCIATION FORMATION DE LA DISTRIBUTION/

- DISTECH I 4 rue Silbermann

67000 STRASBOURG

SECRÉTARIAT ET DIRECTION :

CAMPUS ARTEM

90 rue du Sergent Blandan BP 70618

54010 NANCY CEDEX



La certification qualité a été délivrée au titre
de la catégorie d'action suivante :

ACTIONS DE FORMATION

Crédits photos : Pexels Unsplash

Ne pas jeter sur la voie publique